

建立口碑——门店增值服务升级之路

课程背景：

亲爱的朋友们：

市场的竞争无非是价格竞争和非价格竞争，然而，价格竞争是以减少利润为代价，其活动空间是有限的，所以，作用正在弱化。随着科学技术的发展，非价格竞争的范围也逐渐由产品的竞争、技术的竞争扩展至服务的竞争。当生产技术差异缩小，产品质量相差无几时，尤其是在产能过剩的今天，优质的服务已经成为现代竞争的有力武器。

作为一家在“战场”最前线搏杀的门店，更加深谙服务的重要性。现在每家门店都在拼服务，起初是对汽车4S服务争相效仿，如今是把海底捞奉为服务楷模。当大家的服务内容相同或水准平齐时，顾客对大众的服务将习以为常，门店的竞争优势也重新归零。所以，本课程整合了众多国内外汽车、珠宝、地产、建材等多个行业的差异化优质服务，帮助大家打开新的视野，用增值服务找到新的竞争优势。

课程收益：

- 深刻认知：通过案例，对服务和增值服务有深刻、正确的认知
- 转变意识：从以产品中心，以技巧中心，转变为以服务为中心
- 完善体系：了解增值服务的可参考意见，完善门店的服务体系
- 制定计划：课堂上讨论和制定门店后期可执行的服务升级计划

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：加盟商、门店经理、储备经理、店长、储备店长、销售人员等

课程方式：讲授式、课堂讨论、案例分享、案例分析、头脑风暴、情景演练、现场作业

课程大纲

引言：

提问调研：你觉得服务在门店销售中是否重要？重要到什么程度？

现场测评：根据表单测试，你的服务得多少分？

第一章：服务和增值服务的概述（理论篇）

第一讲：服务的重要性

一、什么是服务

二、服务是社会分工的结果

三、服务与有形产品的区别

1. 存在形式
2. 表现形式
3. 生产、销售与消费的同时性
4. 核心价值的产生方式
5. 存储性

四、服务与有形产品的联系

1. 不存在脱离物质支持的纯粹服务
2. 不存在脱离服务支持的纯粹产品

案例分析：培训服务也包括了提供的教室和设备、无人售货机也需要人为的补货

五、服务的分类

1. 按服务的时序分类

2. 按服务的地点分类
3. 按服务的费用分类
4. 按服务的次数分类
5. 按服务的技术分类
6. 按服务的性质分类

第二讲：增值服务的重要性

一、顾客满意理论

顾客满意是一种心理活动，是顾客的需求被满足后的愉悦感

理论模型：感知效果与期望值

二、什么是增值服务

三、增值服务要满足两个超越

1. 超越同行的水准
2. 超越客户的预期

四、增值服务在门店中的重要性

1. 门店形象的窗口
2. 市场竞争的焦点
3. 成交客户的手段
4. 建立口碑的基石

案例分享：海底捞的金字服务招牌

第二章：门店增值服务的应用（应用篇）

第一讲：增值服务内容的三种类型

1. 销售强关联的增值服务

案例：汽车 4S 店免费检查车况、电影院免费提供 3D 眼镜

2. 销售弱关联的增值服务

案例：小卖部免费代收快递、酒店免费洗衣服

3. 销售无关联的增值服务

案例：理发店的免费洗眼镜服务、海底捞的免费美甲服务

第二讲：如何挖掘门店的增值服务

1. 线：基于顾客的消费流程来挖掘
2. 点：基于顾客的消费场景来挖掘
3. 角度：始终站在客户角度去思考
4. 迭代：不断迭代服务事项和标准

第三讲：门店增值服务的实战应用

一、现场招待服务

1. 客人困了：休息区、单独房间、小盖被、到点提醒
2. 客人累了：沙发、按摩椅
3. 客人渴了：季节性、符合口味的茶水
4. 客人饿了：茶点服务

案例分享：汽车 4S 店的自助零食

5. 客人冷了：小毛毯服务、热毛巾服务

案例分享：尚品宅配的自助小毛毯

6. 客人流汗了：纸巾、帮忙扇扇子
7. 客人随身物品多了或重了：寄存、手推车、购物袋

案例分享：宜家的大购物袋随手可拿

8. 客人停车：停车位、代停车、免费停车

二、应对突发事件的服务

1. 客人手机没电了：充电线和充电宝
2. 外面下雨了：雨伞

案例分享：7天连锁酒店

3. 小朋友哭了：玩具或食品

情景演练：珠宝店，小朋友哭了

4. 女士的丝袜破了：相似颜色的备用丝袜

案例分享：一双丝袜的故事

5. 客人病了：常规非处方药物
6. 客人吐了：清扫现场和清理衣服

三、产品讲解和体验服务

1. 讲解道具：Apad、投影仪、多媒体
2. 讲解场景

案例分享：TATA 木门的设计方案讲解

3. 提供体验机会

案例分享：免费试吃车厘子

4. 提供体验道具：VR、暴风魔镜

案例分享：真金不怕火炼

5. 提供体验场景

案例分享：售楼部的样板房

6. 帮助客户体验

案例分享：帮客户试穿鞋、汽车试驾帮开关门、海底捞虾滑下锅

四、包装和送货服务

1. 礼品包装

案例分享：日本茑屋书店的精美包装、简一大理石的木框架包装

2. 送货上门

案例分享：钱大妈送菜上门

五、安装与售后服务

1. 无条件退货
2. 免费换货
3. 打扫卫生

案例分享：欧派的红地毯、立邦刷新服务

案例分享：九牧卫浴保十洁、慕思床垫除螨虫

4. 上门维修、维修录频

.....

案例：搞机人上门维修手机

六、意外的服务

1. 记住客户的名字
2. 向每一位客户鞠躬致意

案例分享：日本星丘鞠躬的暖意

头脑风暴：在门店销售中，你还有哪些好的增值服务建议

第三章：服务的最高境界是尊重（心态篇）

第一讲：心态的概述

一、什么是心态

二、心态决定命运

故事：孪生兄弟的不同命运

理论：马斯洛的心态说

三、心态自己掌握

故事：人类终极的自由

第二讲：门店服务的六大心态

一、主动心态

1. 什么是主动心态

2. 主动心态怎么做

在客户提出要求前做到

案例分享：客户累了才让他坐下

二、乐观心态

1. 什么是乐观心态

2. 乐观心态怎么做

客户的所有问题都是成交的必经之路

三、同理心态

1. 什么是同理心态

2. 同理心态怎么做

想客户之所想，急客户之所急

案例分享：指引客户上厕所

四、感恩心态

1. 什么是感恩心态

2. 感恩心态怎么做

感谢客户对我们的信任和认可

案例分享：每日鞠躬 1000 次

五、务实心态

1. 什么是务实心态

2. 务实心态怎么做

与其制造惊喜，不如多做实事

六、舍得心态

1. 什么是舍得心态

2. 舍得心态怎么做

不期待回报的付出，必然会得到回报

案例分享：顺便扔下垃圾

企业能模仿的是产品与服务，但员工心态与企业文化是不容易被抄袭的

课堂分享：小组讨论后，代表分享你对服务的看法

课堂作业：根据门店三力情况，制定《增值服务方案》和《服务升级行动计划》

工具：行动计划表